

# ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΑΝΑΔΕΙΞΗΣ ΤΟΥ ΕΝΤΥΠΟΥ ΒΙΒΛΙΟΥ ΣΕ ΣΥΜΒΟΛΟ ΚΥΡΟΥΣ ΚΑΙ ΕΞΟΥΣΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΓΕΝΝΗΣΗ ΕΩΣ ΤΟΝ ΔΙΑΦΩΤΙΣΜΟ

Χριστίνα Μπάνου

## 1. Εισαγωγή

Αναμφίβολα, το έντυπο βιβλίο, από τις απαρχές ήδη της τυπογραφίας, αποτελούσε για τους ουμανιστές ευγενείς και τους κοσμικούς ή θρησκευτικούς άρχοντες, πέρα από μέσο πληροφόρησης και προπαγάνδας, και μέσο έκφρασης της ισχύος και του πλούτου τους. Λειτουργήσε, συνεπώς, ως σύμβολο κύρους και εξουσίας, ως σημείο καλού γούστου και αισθητικής υπεροχής. Από την πλευρά τους, ορισμένοι τυπογράφοι – εκδότες ή λόγιοι επιμελητές χρησιμοποίησαν τις δυνατότητες της τυπογραφίας, προκειμένου να εκφράσουν τις ευχαριστίες τους προς τους χρηματοδότες – συμπαραστάτες, και κυρίως να τηρήσουν τις ισορροπίες με τους κοσμικούς και θρησκευτικούς άρχοντες, αναγνωρίζοντας την ισχύ τους, κολακεύοντας ενίοτε τη φιλαυτία τους και προτρέποντας για συνέχεια της συνεργασίας και της αρωγής τους.

Η παρούσα εργασία εστιάζει σε εκδοτικές μεθόδους και συνήθειες, που συνδέονται με την ανάδειξη του εντύπου βιβλίου σε σύμβολο κύρους και εξουσίας, σε μέσο επιβράβευσης και έκφρασης ευγνωμοσύνης, σε εργαλείο ιδεολογικής αντιπαράθεσης, καθώς και σε μορφή διατήρησης και εδραίωσης ισορροπιών ανάμεσα στους εμπλεκόμενους στην παραγωγή του βιβλίου και στην πολιτική και θρησκευτική εξουσία. Μελετώνται, συνεπώς, οι τακτικές και οι μέθοδοι, μέσω των οποίων το βιβλίο διαμορφώνεται και αναδεικνύεται σε σύμβολο κύρους και εξουσίας. Οι τακτικές αυτές σχετίζονται τόσο με το περιεχόμενο – κείμενο, όσο και με την αισθητική και γενικότερα τη μορφή του εντύπου, και συγκεκριμένα τη σελίδα τίτλου, την εικονογράφηση, τη διακόσμηση, τη σελιδοποίηση και την βιβλιοδεσία. Στο πλαίσιο αυτό, θα επιχειρηθεί μια ταξινόμηση και ανάλυση των συγκεκριμένων τακτικών και μεθόδων.

Θα μελετηθούν, ακόμη, τα αίτια, που υπαγόρευσαν τέτοιου είδους συμπεριφορές, από την πλευρά τόσο των εκδοτών – τυπογράφων, όσο και των «επιφανών» αναγνωστών, χρηστών ή συλλεκτών των βιβλίων, καθώς και οι επιδράσεις, που αυτές οι συμπεριφορές είχαν με τη σειρά τους

στην παραγωγή, την προώθηση και τη διακίνηση του βιβλίου.<sup>1</sup> Χρονικά, τα όρια της παρούσας εργασίας εκτείνονται από την Αναγέννηση έως τον Διαφωτισμό, καλύπτοντας μια μακρά και όχι πάντα ομοιογενή πορεία όσον αφορά στη σύσταση των εμπλεκόμενων μερών, είτε από την πλευρά των παραγωγών, είτε των χρηστών του εντύπου. Καλύπτεται, έτσι, μια χρονική περίοδος ενδιαφέρουσα για τη διαμόρφωση του εντύπου βιβλίου, ενώ οι αλλαγές στην εκάστοτε εξουσία αναδεικνύουν την αξία και τη σπουδαιότητα του εντύπου ως παράγοντα κοινωνικών, πολιτικών, οικονομικών και πνευματικών αλλαγών.

## 2. Έντυπο βιβλίο και εξουσία. Η αμφίβολη ισορροπία

Οι συλλέκτες κοσμικοί και θρησκευτικοί άρχοντες, οι οποίοι από την εποχή του χειρογράφου είχαν συγκροτήσει τις προσωπικές τους βιβλιοθήκες, τις εμπλούτιζαν σταδιακά με έντυπα, μολονότι κάποιοι επέδειξαν αρχικά καχυποψία προς το νέο μέσο μαζικής παραγωγής των κειμένων.<sup>2</sup> Τα εν λόγω αντίτυπα των συλλεκτών διέφεραν από τα προοριζόμενα για το ευρύ αναγνωστικό κοινό αντίτυπα ως προς την εικονογράφηση, τη διακόσμηση, τη βιβλιοδεσία, την ποιότητα του χάρτου. Τα μικρογραφημένα, περγαμηνά αντίτυπα αναδεικνύουν την πτυχή αυτή: προσφέρονταν ως δώρο από τους τυπογράφους – εκδότες, τους επιμελητές ή άλλους εμπλεκόμενους στην παραγωγή του βιβλίου προς τους χρηματοδότες και τους ισχυρούς γενικά παράγοντες της εποχής, οι οποίοι επηρέαζαν, ή ήταν σε θέση να επηρεάσουν, την παραγωγή και τη διακίνηση του βιβλίου.<sup>3</sup> Επίσης, τα αντίτυπα αυτά ήταν δυνατόν να παραγγεληθούν και να αγορασθούν από τους ίδιους τους συλλέκτες. Χαρακτηριστικό είναι ότι, σε κάθε

1. Μπάνου Χριστίνα, «Πολιτική εξουσία και ελληνικό έντυπο βιβλίο. Μια πρώτη προσέγγιση», *Τεκμήριον. Επιστημονική Επετηρίδα του Τμήματος Αρχαιολογίας - Βιβλιοθηκονομίας*, 4 (2002-2004), σ. 9-25. Quondam Amedeo (επιμ.), *Il libro a corte*, Bulzoni, Milano 1994.
2. Eisenstein Elizabeth, *The Printing Revolution in Early Modern Europe*, Cambridge University Press, Cambridge 1999, σ. 18-20. Σκλαβενίτης Τριαντάφυλλος, «Η δυσπιστία στο έντυπο βιβλίο και η παράλληλη χρήση του χειρογράφου», στο *Το βιβλίο στις προβιομηχανικές κοινωνίες. Πρακτικά του Α' Διεθνούς Συμποσίου του Κέντρου Νεοελληνικών Ερευνών του Εθνικού Ιδρύματος Ερευνών*, Κ.Ν.Ε. – Ε.Ι.Ε., Αθήνα 1982, σ. 283-293. De Strata Filippo, *Polemic against Printing*, (ed.) M. Lowry, University of Reading. Department of Typography and Graphic Communication, The Hayloft Press, London 1986.
3. Για την χειρόγραφη διακόσμηση βλ. Μπάνου Χριστίνα, «Σημειώσεις για την χειρόγραφη διακόσμηση σε ελληνικά αρχέτυπα της Φλωρεντίας», *Τεκμήριον. Επιστημονική Επετηρίδα του Τμήματος Αρχαιολογίας - Βιβλιοθηκονομίας*, 2 (2000), σ. 87-95. Zappella Giuseppina, *Il libro antico a stampa*, Editrice Bibliografica, Milano 2001, σ. 111-114. Marcon Susy, «Ornati di penna e di pennello: appunti su scribi illuminatori nella Venezia del maturo umanesimo», *La Bibliofilia*, 89 (1987), σ. 121-144.

τιράζ περίπου είκοσι έως πενήντα αντίτυπα τυπώνονταν σε περγαμινή, μερικά από τα οποία αγοράζονταν από τα βιβλιοπωλεία, που παρείχαν μεταξύ άλλων υπηρεσίες, όπως μικρογράφηση και βιβλιοδεσία. Η φιλοτέχνηση των μικρογραφιών γινόταν άλλοτε κατόπιν παραγγελίας, ενώ άλλοτε τα αντίτυπα ήταν έτοιμα προς πώληση με τη διακόσμηση ολοκληρωμένη, αφού προηγουμένως είχε αφαιρεθεί κενός ο χώρος για την προσθήκη του οικοσήμου του συλλέκτη στο κάτω μέρος των μικρογραφιών, στην πρώτη σελίδα του κειμένου.<sup>4</sup>

Στις εκδόσεις του 15<sup>ου</sup> και 16<sup>ου</sup> αιώνα η συμμετοχή και η εμπλοκή των κοσμικών και θρησκευτικών αρχόντων στην παραγωγή της έκδοσης δεν περιοριζόταν μόνο στην οικονομική ενίσχυση με την έννοια της σημερινής χορηγίας αλλά κάλυπτε ένα ευρύτερο φάσμα, που εκτεινόταν από την ηθική συμπαράσταση έως την παραχώρηση χειρογράφων για την επιμέλεια του κειμένου, τη συνεργασία με τους λογίους, ενίοτε την νομική διευκόλυνση, ακόμη και τη διακίνηση των αντιτύπων στις τότε αγορές και την συμβολή στην προώθηση των εκδόσεων. Για την πολιτική και θρησκευτική εξουσία, η τυπογραφία ήταν άλλωστε το νέο μέσο μαζικής παραγωγής και άμεσης διάδοσης των κειμένων,<sup>5</sup> το οποίο προσπαθούσαν να αξιοποιήσουν και να χρησιμοποιήσουν όσο το δυνατόν πιο γόνιμα ως μέσο πληροφόρησης και ως όργανο προπαγάνδας, που θα γνωστοποιούσε την δύναμή τους και θα καταδείκνυε το κύρος τους. Οι τυπογραφικές απόπειρές τους αποτελούσαν, εκτός από μία προσπάθεια εκσυγχρονισμού, κυρίως μια απόπειρα ιδεολογικής επιβολής και υπόμνησης της ισχύος τους. Συνεπώς, οι περισσότεροι ηγεμόνες της Αναγέννησης συνδέθηκαν με την τυπογραφία, σε μία προσπάθεια αξιοποίησης και εκμετάλλευσής της προκειμένου να εξυπηρετηθούν τα συμφέροντά τους και να ικανοποιηθούν οι ανάγκες και οι προσδοκίες τους.

Γεγονός είναι ότι η Αναγέννηση προσδιόρισε και, σε μεγάλο βαθμό, διαμόρφωσε τις εκδοτικές, τυπογραφικές και συλλεκτικές συμπεριφορές των ηγεμόνων. Ο ουμανισμός εδραίωσε αξίες, ορισμένες από τις οποίες προϋπήρχαν από την εποχή του χειρογράφου, όπως η συγκρότηση και ο εμπλουτισμός των βιβλιοθηκών,<sup>6</sup> η προστασία των τεχνών και των γραμμάτων, η ενθάρρυνση και η συνδρομή των λογίων, οι οποίοι διαβιούσαν

4. Μπάνου, *ό. π.* (2000), σ. 88-89.

5. Barbier Frederic, *Ιστορία του βιβλίου*, μετ. Μαρία Παπαηλιάδη, Μεταίχμιο, Αθήνα 2001, σ.185-206. Eisenstein, *ό.π.*

6. Lerner Fred, *The Story of Libraries from the Invention of Printing to the Computer Age*, Continuum, New York – London 2001, σ. 96-103. Κ. Σπ. Στάκος, *Βιβλιοθήκη. Από την αρχαιότητα ως την Αναγέννηση και Σημαντικές Ουμανιστικές και Μοναστηριακές Βιβλιοθήκες*, Αθήνα 1996, σ. 215-238.

στην αυλή ή χρηματοδοτούνταν από αυτήν<sup>7</sup>. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, οι ηγεμόνες αναδεικνύονταν ορισμένες φορές σε μαικήνες, οι οποίοι ανταποκρινόμενοι στις νέες συνθήκες και στα αιτήματα των καιρών και προσπαθώντας παράλληλα να αξιοποιήσουν τα νέα μέσα, χρηματοδοτούσαν, ενθάρρυναν ή προστάτευαν εκδόσεις.

Πολλές φορές οι σε οποιαδήποτε μορφή εκδοτικές δραστηριότητες των ευγενών εκκινούσαν από τη συνεργασία με συγκεκριμένους λογίους, οι οποίοι αποτελούσαν πρόσωπα εμπιστοσύνης στις αυλές.<sup>8</sup> Συχνά οι ενέργειες αυτές συνέχιζαν μια παλαιότερη παράδοση, κληροδοτημένη από την εποχή του χειρογράφου, η οποία είχε διαμορφώσει την πολιτική του οίκου και συνέχιζε να καθορίζει συμπεριφορές. Συνεπώς, η κληροδοτημένη παράδοση, η συνήθεια, η επιθυμία ελέγχου της παραγόμενης γνώσης και πληροφορίας, οι στρατηγικές προβολής των ηγετών, καθώς και τα πολιτικά και οικονομικά συμφέροντα ήταν μερικά από τα αίτια, που υπαγόρευαν την στάση των χρηματοδοτών «μαικήνων».<sup>9</sup> Σημαντικό, επίσης, ρόλο στη διαμόρφωση της συμπεριφοράς και των τακτικών χρηματοδοτών, έπαιξαν οι απόπειρες εκσυγχρονισμού, ενώ πρέπει να συνυπολογιστούν και λόγοι μίμησης και ανταγωνισμού με άλλους σύγχρονους τους ευγενείς.

Για τους λογίους, από την άλλη πλευρά, η τυπογραφία –πέρα από μέσο βιοπορισμού<sup>10</sup>– αποτελούσε ιδιαίτερα σημαντικό μέσο διάδοσης του έργου τους σε κοινό πολύ ευρύτερο από εκείνο του χειρογράφου, καθώς και διευκόλυνσης της διδασκαλίας τους και ανάδειξης των ιδεών τους. Αναγνώριζαν το έντυπο ως ένα ισχυρό πνευματικό και μορφωτικό αγαθό, το οποίο, πέρα από τη φήμη που τους προσέδιδε, ισχυροποιούσε τη θέση τους στη μεταβαλλόμενη Αναγεννησιακή κοινωνία. Όσο για τη θέση του τυπογράφου, αρχικά ήταν ανάλογη με του τεχνίτη, κάτι που άλλαξε με την πάροδο των ετών, όταν πλέον ο εκδότης – τυπογράφος αποτε-

7. Richardson Brian, *Printing, Writers and Readers in Renaissance Italy*, Cambridge University Press, Cambridge 1999, σ. 49-76, 51-52.

8. Για τον ορισμό των αυλών, βλ. Cavagna Anna-Giulia, «Libri in Lombardia e alla Corte sforzesca tra Quattro e Cinquecento», *Il libro a corte*, (επιμ.) A. Quondan, Bulzoni, Milano 1994, σ. 89. Lenzuni Anna, *All' ombra del lauro. Documenti librari della cultura in eta Laurenziana*, κατάλογος έκθεσης, Silvana Editoriale, Milano 1992.

9. Μπάνου, ό. π. 2002- 2004.

10. Οι λόγιοι, που εργάστηκαν για την τυπογραφία, πρόσφεραν τις γνώσεις τους για την επιμέλεια, την μετάφραση, την διόρθωση και την έκδοση του κειμένου. Κάποιοι από αυτούς εργάζονταν ως τυπογράφοι ή ως σχεδιαστές και κατασκευαστές τυπογραφικών στοιχείων. Για τα επαγγέλματα του βιβλίου βλ. *I mestieri del libro, Quaderni storici*, 73 n. 3 (1989). Febvre Lucien – Martin Henri-Jean, *The coming of the Book. The Impact of Printing. 1450-1800*, Verso, London – New York 1990, σ. 136-142.

λούσε σημαντικό παράγοντα, ενίοτε και ρυθμιστή, της πνευματικής και συχνά της πολιτικής και οικονομικής ζωής του τόπου.<sup>11</sup>

Η λογική, πάντως, του μαικηνισμού αποτελούσε μια μόνο πτυχή, στα όρια της εξαίρεσης από τον κανόνα, της εκδοτικής δραστηριότητας. Τα τυπογραφεία – εκδοτικοί οίκοι ήταν επιχειρήσεις με τη δική τους οργάνωση και διαχείριση, την πολιτική, τους στόχους και τις προσδοκίες τους. Οι δυνάμεις της αγοράς, οι οικονομικές συνθήκες, η προσφορά και η ζήτηση, οι προσδοκίες και οι ανάγκες του αναγνωστικού κοινού, οι συνεργασίες και η ικανοποιητική προώθηση, καθώς και η αποτελεσματική διακίνηση των εκδόσεων αποτελούσαν τις παραμέτρους, που καθόριζαν τη λειτουργία και τη δραστηριότητα των τυπογραφείων – εκδοτικών οίκων μέσα στο πλαίσιο της πόλης ή του κράτους. Δεν υπήρχαν, σε γενικές γραμμές, απ' ευθείας και άμεσες σχέσεις με την εξουσία, η οποία με τη νομοθεσία διαμόρφωνε, ή προσπαθούσε να διαμορφώσει, το πλαίσιο, στο οποίο η εκδοτική δραστηριότητα λάμβανε χώρα. Βεβαίως, η νομοθεσία βρισκόταν σε εμβρυακό στάδιο, τα προνόμια είχαν μόνο τοπική ισχύ και τα πνευματικά δικαιώματα ήταν κατά βάση απροστάτευτα. Μόνο οι Συντεχνίες συστηματοποιούσαν και προστάτευαν τη δραστηριότητα των τυπογράφων, εκδοτών και βιβλιοπωλών.

Σε ορισμένες, βέβαια, περιπτώσεις, εντοπίζονται συνεργασίες της εξουσίας για την εκτύπωση των δημοσιευμάτων και των αποφάσεών της με συγκεκριμένους τυπογράφους – εκδότες, όπως για παράδειγμα στην περίπτωση της συνεργασίας ανάμεσα στον φημισμένο τυπογράφο της Αμβέρσας Christoph Plantin και τον βασιλιά της Ισπανίας. Χαρακτηριστικό, επίσης, είναι ότι τα προνόμια, κυρίως για επιτυχημένα έργα, σάθηκαν συχνά αφορμή συγκρούσεων, διενέξεων και κατηγοριών.<sup>12</sup>

Κατά τη Μεταρρύθμιση και την Αντιμεταρρύθμιση, το έντυπο αναδείχθηκε ακόμη καλύτερα σε εργαλείο προπαγάνδας, και όργανο θρησκευτικής και πολιτικής αντιπαράθεσης.<sup>13</sup> Η τυπογραφία αποτελούσε το κυ-

11. Μπάνου Χριστίνα, «Διαχρονικά γνωρίσματα της εκδοτικής βιομηχανίας», *Ηυφέν*, τ. ΣΤ', σ. 7-23, υπό εκτύπωση. Πρέπει να επισημανθεί ότι, κατά τους πρώτους αιώνες της τυπογραφίας, δεν είχαν ακόμη αποκρυσταλλωθεί και διευκρινιστεί οι αρμοδιότητες και ο ρόλος του τυπογράφου, του εκδότη και του βιβλιοπώλη. Συνήθως στο πρόσωπο του τυπογράφου συγκεντρώνονταν οι αρμοδιότητες του εκδότη. Lowry Malcolm, *The World of Aldus Manutius. Business and Scholarship in Renaissance Venice*, Blackwell's, Oxford 1979. Barbier, ό. π., σ. 128-130, 312-313.

12. Febvre - Martin, ό. π., σ. 239-247. Armstorng Elizabeth, *Before Copyright. The French Book Privilege System, 1498-1526*, Cambridge University Press, Cambridge 2002. Richardson ό. π., σ. 69-76.

13. Infelise Mario, *I libri proibiti*, Laterza, Roma – Bari 1999. Barbier, ό. π., σ. 177-182. Grendler Paul, *The Roman Inquisition and the Venetian Press. 1540-1609*, Princeton

ρίαρχο μέσο για τη διάδοση των ιδεών και τη διαμόρφωση νέων συνθηκών. Άλλωστε, η επιβαλλόμενη λογοκρισία και από τις δύο πλευρές υπογραμμίζει, συχνά μέσα από την αυστηρότητα των κανόνων και τη σκληρότητα των τιμωριών, τη δύναμη της τυπογραφίας, την οποία προσπαθούσαν να μειώσουν μέσω της προληπτικής λογοκρισίας και των διώξεων.

Αργότερα, κατά τον Διαφωτισμό, όταν πλέον η αστική τάξη ήταν η ανερχόμενη και στη συνέχεια η κυρίαρχη οικονομική, πολιτική και πνευματική δύναμη, οι έμποροι – αστοί εξελίχθηκαν σε σημαντικούς χρηματοδότες και «μαικήνες» των εκδόσεων διαδραματίζοντας συχνά πρωταγωνιστικό ρόλο και καθορίζοντας, ανάλογα με τις περιπτώσεις, την πορεία των εκδοτικών πραγμάτων.<sup>14</sup> Όντας οι ίδιοι επιχειρηματίες, ήταν σε θέση να αποτιμήσουν τις δυνάμεις και τις δυνατότητες της αγοράς και, σε συνεργασία με τους εκδότες – τυπογράφους, να διαμορφώσουν νέα δεδομένα στην παραγωγή και τη διακίνηση του εντύπου. Σε αυτό το σημείο, επιπροσθέτως, πρέπει να ληφθεί υπ' όψιν ότι μετά τη Γαλλική Επανάσταση το έντυπο βιβλίο είχε εξελιχθεί και εδραιωθεί σε μέσο διάδοσης των νέων ιδεών, σε απαραίτητο «εφόδιο» του πολίτη και σε εργαλείο ιδεολογικών αντιπαραθέσεων, καθώς και σε μέσο πυροδότησης αντιδράσεων, επαναστάσεων και κινημάτων. Είχε επίσης, συνδεθεί με τις προσπάθειες υπόδουλων λαών για την απελευθέρωσή τους, όπως στην περίπτωση του ελληνικού βιβλίου, όταν πλούσιοι έμποροι ανέλαμβαναν την πρωτοβουλία και το κόστος για την παραγωγή των τίτλων και την δωρεάν διανομή τους στους υπόδουλους Έλληνες.<sup>15</sup>

### 3. Τακτικές ανάδειξης του εντύπου βιβλίου σε σύμβολο εξουσίας

Τα αντίτυπα, που προορίζονταν για τους χρηματοδότες – μαικήνες, είτε προσφερόμενα ως δώρα, είτε αποτελώντας παραγγελίες και αγορές, διαφοροποιούνταν μεταξύ τους σημαντικά. Επισημαίνονται τρεις κατηγορίες τακτικών και μεθόδων.

Κατ' αρχήν, υπάρχουν τακτικές, οι οποίες συνδέονται με μεταβολές, που αφορούν μόνο σε ένα μοναδικό αντίτυπο και δεν έχουν καμία σχέση

---

University Pres, Princeton 1977. Darnton Robert, *The Forbidden Best-Sellers of Pre-Revolutionary France*, W.W. Norton, New York 1995. Για τη βιβλιογραφία σχετικά με το ζήτημα βλ. Braida Lodovica, *Stampa e cultura in Europa tra XV e XVI secolo*, Laterza, Roma – Bari 2000, σ. 146-148.

14. Ηλιού Φύλιππος, «Το βιβλίο στα χρόνια της ακμής του Νεοελληνικού Διαφωτισμού», στο *Ιστορίες του Ελληνικού Βιβλίου*, Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, Ηράκλειο 2005, σ. 52-54.

15. Κουμαριανού Αικατερίνη – Δρούλια Λουκία – Layton Evro, *Το Ελληνικό Βιβλίο. 1476-1830*, Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης, Αθήνα 1986, σ. 206. Ηλιού, ό. π., σ. 80.



με την εκτύπωση του βιβλίου. Αντιθέτως, «προστίθενται» μετά την εκτύπωση, και είναι μοναδικές για κάθε αντίτυπο. Σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν η χειρόγραφη διακόσμηση (μικρογραφία) και η βιβλιοδεσία. Οι καταβολές τους εντοπίζονται σε παγιωμένες από την εποχή του χειρογράφου νοοτροπίες και συμπεριφορές. Το ξεχωριστό αντίτυπο πρόσφερε διάκριση και αύξανε το γόητρο και τη φήμη των ευγενών, ενώ ταυτόχρονα εξέφραζε και πρόβαλε το καλό τους γούστο.<sup>16</sup> Υπό αυτήν την έννοια, το έντυπο βιβλίο εντασσόταν ακόμη σε μια «αυλική» λογική, που είχε τις καταβολές της στο χειρόγραφο.

Με την πάροδο του χρόνου, μεταβλήθηκαν βεβαίως οι οικονομικές, πολιτικές και πολιτιστικές συνθήκες, που διαμόρφωναν και υπαγόρευαν την παραγωγή του βιβλίου. Ταυτόχρονα, άλλαξαν οι μορφές της οικονομικής, πολιτικής και θρησκευτικής εξουσίας, άρα και τα πρόσωπα που την εξέφραζαν. Οι εμπλεκόμενοι στην παραγωγή του εντύπου, ακολουθώντας και αξιοποιώντας τις αλλαγές αυτές, επαναπροσδιόριζαν την εκδοτική πολιτική τους. Οι συσχετισμοί δυνάμεων και οι ισορροπίες διαμορφώνονταν, συνεπώς, στο πλαίσιο της εκάστοτε εποχής, σε στενή σχέση και συνάρτηση με τις συνθήκες και τα πρόσωπα, που καθόρισαν την πορεία των εκδοτικών πραγμάτων.

Δεύτερον, εντοπίζονται επεμβάσεις, τόσο στο περιεχόμενο όσο και στη μορφή, οι οποίες είναι κοινές σε όλα τα αντίτυπα και συνδέονται με τον σχεδιασμό και την επιμέλεια της έκδοσης. Τέτοιες τακτικές είναι τα αφιερωτικά κείμενα, οι εισαγωγές και οι πρόλογοι, τα επίμετρα, οι επιστολές, τα υμνητικά «επαινετικά» ποιήματα, καθώς και οι τυπωμένες προσωπογραφίες. Τα προαναφερθέντα αποτελούν στοιχεία της μαζικής τυπογραφικής παραγωγής, κοινά σε όλα τα αντίτυπα που απευθύνονταν στο σύνολο του αναγνωστικού κοινού και καθιστούσαν τη δόξα του ηγεμόνα αιώνια. Αργότερα, από τον 18<sup>ο</sup> αιώνα και έπειτα, τυπώθηκαν εκδόσεις αφιερωμένες σε ηγεμόνες, οι οποίες εξυμνούσαν τις αρετές και τα έργα τους ή περιέγραφαν τις γιορτές και τις δραστηριότητές τους.<sup>17</sup>

Επίσης, ο κατάλογος των συνδρομητών, ο οποίος τυπώνεται στις πρώτες ή τις τελευταίες σελίδες του εντύπου, επιβραβεύει –μέσα από τη δημοσιοποίηση και γνωστοποίηση– τη βοήθεια του συνδρομητή στην έκδοση.<sup>18</sup> Ταυτόχρονα, αναδεικνύει τη σπουδαιότητα της ενέργειάς του, η οποία με τη σειρά της λειτουργεί ως παράδειγμα προς μίμηση. Με τον τρόπο αυτό, το συγκεκριμένο βιβλίο καθίσταται σύμβολο έκφρασης του

16. Richardson, *ό. π.*, σ. 49-76. Μπάνου, *ό. π.* (2002-2004). Cavagna, *ό. π.*, σ. 93-98.

17. Barbier, *ό. π.*, σ. 185-206, 278-279.

18. Ηλιού *ό. π.*, σ. 83-85.

κύρους, της προσφοράς, αλλά και του γούστου του συνδρομητή, του οποίου η φιλαυτία ικανοποιείται μέσα από την εκτύπωση του ονόματός του: είναι, κατά κάποιον τρόπο, ευεργέτης της έκδοσης.

Ως μια ενδιαμέση, τρίτη κατηγορία τακτικών θα μπορούσαν να οριστούν οι αλλαγές, οι οποίες εντοπίζονται σε ορισμένο αριθμό αντιτύπων, όπως η εκτύπωση σε περγαμινή ή σε διαφορετικής, καλύτερης ποιότητας χαρτί, και η ύπαρξη δύο σελίδων τίτλου. Για την εκτύπωση σε περγαμινή ή σε καλύτερης ποιότητας (ή χρωματιστό) χαρτί έγινε νύξη παραπάνω.

Εξαιρετικής σημασίας είναι ότι, σε κάποιες περιπτώσεις, για το ίδιο βιβλίο τυπώνονταν δύο διαφορετικές σελίδες τίτλου, στις οποίες διέφερε μόνο το όνομα του χρηματοδότη ή του συμπαραστάτη της έκδοσης. Ο αριθμός των αντιτύπων, που αντιστοιχούσε σε κάθε όνομα, ήταν ανάλογος με το ύψος της χρηματοδότησης και το βαθμό της συμπαράστασης και της εμπλοκής του χορηγού στην έκδοση.<sup>19</sup> Το γεγονός είναι ενδεικτικό των στενών σχέσεων ανάμεσα στους δημιουργούς - παραγωγούς και τους χρηματοδότες της έκδοσης, αλλά κυρίως της υπόστασης του βιβλίου ως συμβόλου και ως μέσου έκφρασης των σχέσεων αυτών καθώς και των ισορροπιών. Ξεχωριστές σελίδες τίτλου, επίσης, τυπώνονταν, όταν η έκδοση αφιερωνόταν σε περισσότερα του ενός πρόσωπα. Στην περίπτωση αυτή διέφερε μόνο το όνομα του αποδέκτη στη σελίδα τίτλου.

Θα μπορούσε να υποτεθεί ότι η τακτική των διπλών σελίδων ανάγεται μόνο ή κατά κανόνα στην περίοδο της αρχετυπίας και των πρώτων δεκαετιών του 16<sup>ου</sup> αιώνα,<sup>20</sup> οπότε εύκολα θα ερμηνευόταν ως κατάλοιπο της εποχής του χειρογράφου, και ως έκφραση μιας παλαιότερης νοοτροπίας και συμπεριφοράς. Ωστόσο, η τακτική αυτή διατηρήθηκε και κατά την περίοδο του Διαφωτισμού, όταν πλέον οι κοινωνικές, οικονομικές και πολιτικές συνθήκες είχαν αλλάξει.<sup>21</sup>

Οι τακτικές αυτές διατηρήθηκαν σε ένα διαρκώς εξελισσόμενο εκδοτικό περιβάλλον, στο οποίο πάντως η συνέχεια και η παράδοση, μαζί με την καινοτομία και την αξιοποίηση των νέων μέσων, διαμόρφωναν και εδραίωναν συμπεριφορές, προσδοκίες, άρα και πολιτικές. Άλλαξαν, βεβαίως, τα πρόσωπα της εξουσίας. Συχνά οι ευγενείς αντικαταστάθηκαν από αστούς – εμπόρους: στις περιπτώσεις αυτές εντοπίζονται ασφαλώς

19. Ηλιού, *ό. π.*, σ. 16-17, 59.

20. Για τα όρια της περιόδου της αρχετυπίας βλ. Smith Margaret, *The Title-Page. Its Early Development. 1460-1510*, Oak Knoll Press – The British Library, London – Newcastle Delaware 2000. Μπάνου, *ό. π.*, 2002-2004, σ. 12.

21. Ηλιού, *ό. π.*



διαφορές στην αναφορά των ονομάτων τους και την ανάδειξή τους ως φορέων αντιλήψεων και ιδεολογιών. Οι χρηματοδότες και τα πρόσωπα, στα οποία αφιερωνόταν η έκδοση, οριοθετούσαν συνήθως και ιδεολογικά την έκδοση, δηλώνοντας τις αξίες και τους στόχους της και εκφράζοντας την εκδοτική πολιτική του τυπογράφου – εκδότη.

Συνοπτικά, οι τακτικές, οι οποίες εξυπηρέτησαν σκοπιμότητες και κατέστησαν το έντυπο σε σύμβολο κύρους και εξουσίας είναι οι ακόλουθες:

I. Τακτικές σε μοναδικά αντίτυπα

- α. μικρογραφίες, χειρόγραφη διακόσμηση,
- β. βιβλιοδεσία,
- γ. χειρόγραφη αφιέρωση.

II. Εκδοτικές τακτικές που αφορούν σε όλο το τιράζ

- α. αναφορά σε εισαγωγές, προλόγους, επίμετρα,
- β. αφιερωτικές επιστολές και ποιήματα,
- γ. προσωπογραφία τυπωμένη,
- δ. αναφορά συνδρομητών,
- ε. εξώφυλλο,
- στ. εκδόσεις αφιερωμένες σε εκδηλώσεις της ζωής των χρηματοδοτών, συνήθως βασιλέων (στέψεις, γάμοι, βαπτίσεις κ. ά.).

III. Εκδοτικές τακτικές σε ορισμένο αριθμό αντιτύπων

- α. εκτύπωση σε περγαμηνή ή σε άλλης ποιότητας ή χρώματος χαρτί,
- β. διαφορετικές σελίδες τίτλου ή διαφορετικά εξώφυλλα ανάλογα με τον αποδέκτη,
- γ. εκδόσεις εκτός εμπορίου.

Σημειωτέον ότι, όσον αφορά στις κατηγορίες II και III, οι τακτικές αναφέρονται ως «εκδοτικές», καθώς αφορούν στο σύνολο της παραγωγής ή τουλάχιστον σε ένα μέρος του τιράζ. Συνδέονται, δηλαδή, με συγκεκριμένες επιλογές και με την πολιτική του τυπογράφου – εκδότη, η οποία υλοποιείται μέσα από τις δυνατότητες της τυπογραφίας, και σχετίζεται με τον σχεδιασμό, την παραγωγή, τη διακίνηση και την προβολή της έκδοσης σε μέρος του αναγνωστικού κοινού.

Με τις παραπάνω μεθόδους αναδεικνύεται η δύναμη της τυπογραφίας ως μέσο προβολής επιφανών προσώπων και ως σύμβολο ισχύος και κύρους. Ικανοποιείται, η φιλαυτία και κολακεύεται η ματαιοδοξία των εκάστοτε χρηματοδοτών. Προβάλλεται, επιπροσθέτως, το γούστο του χρηματοδότη – μαικήνα της έκδοσης, παράμετρος και αξία σημαντική στο πλαίσιο της Αναγέννησης, όταν η αισθητική αρτιότητα αποτελούσε αδιαφιλονίκητη αξία αλλά και σημείο υπεροχής.

#### 4. Ιδεολογικές και αισθητικές χρήσεις του εντύπου βιβλίου

Κατά την Αναγέννηση, οι τυπογράφοι – εκδότες συνομιλούσαν μέσα από τα κείμενα αλλά και μέσα από την τυπογραφική μορφή του εντύπου με ευγενείς, ηγεμόνες, κοσμικούς και θρησκευτικούς άρχοντες. Κατά τον Διαφωτισμό, οι χρηματοδότες του έντυπου βιβλίου ήταν κυρίως οι πλούσιοι αστοί έμποροι και επίσης οι θρησκευτικοί άρχοντες. Γενικά, οι εμπλεκόμενοι στην παραγωγή του εντύπου απευθύνονταν σε ανθρώπους με δύναμη και εξουσία, που μπορούσαν να επηρεάσουν την παραγωγή, την προώθηση και τη διακίνηση της έκδοσης. Στόχος των εκδοτών - τυπογράφων ήταν να ευχαριστήσουν τους ισχυρούς προτρέποντάς τους σε μελλοντική βοήθεια, να τηρήσουν τις ισορροπίες, να εκφράσουν την αναγνώριση και τον σεβασμό τους, να εξασφαλίσουν την εύνοια και να ικανοποιήσουν τη φιλαυτία και την αλαζονεία των κρατούντων. Βεβαίως είναι πολύ ευρύτερο το ζήτημα των σχέσεων ανάμεσα στους ανθρώπους του βιβλίου και την εξουσία, οι οποίες σχέσεις καλύπτουν όλο το φάσμα από την ρήξη και την λογοκρισία έως την αγαστή συνεργασία.

Πρέπει, επίσης, να αναφερθεί ότι οι αφιερώσεις ή τα αφιερωτικά κείμενα εμπεριείχαν προβολή της έκδοσης. Στην ουσία, οι τυπογράφοι τα χρησιμοποιούσαν ως μια πρώιμη μέθοδο εμπορικής προώθησης του εντύπου, καθώς το όνομα του ισχυρού προσώπου αποτελούσε εγγύηση για την ποιότητα και τη σοβαρότητα του εκδοτικού εγχειρήματος.<sup>22</sup> Συνεπώς, η αναφορά του ονόματος ενέπνεε στους αναγνώστες εμπιστοσύνη και τους παρακινούσε να το αγοράσουν.<sup>23</sup> Το ίδιο ισχύει και για τους προλόγους, τις εισαγωγές, τα επίμετρα και τα υμνητικά ποιήματα. Πέρα από την έκφραση των ευχαριστιών, τα κείμενα αυτά λειτουργούσαν με τους όρους των στρατηγικών εμπορικής προώθησης.

Η αξιοποίηση, πάντως, της φήμης και του κύρους του άρχοντα στις πρώιμες μεθόδους προώθησης του εντύπου αναδεικνύει την δύναμη της τυπογραφίας, η οποία προετοιμάζει και δημιουργεί ιδεολογικές, κοινωνικές και πνευματικές ανατροπές. Μέσα από τα εγκωμιαστικά προς τους εκφραστές της εξουσίας κείμενα, το κάθε εμπλεκόμενο μέρος αποκομί-

22. Μπάνου Χριστίνα, «*Αι δεν των χαλκογράφων αμαρτίαι...* Πρόλογοι και αφιερωτικά κείμενα σε ελληνικές εκδόσεις της Ιταλίας, 1476-1521, *Θησαυρίσματα*, 31 (2001), σ. 137-156.

23. Για τους τρόπους εμπορικής προώθησης του βιβλίου, και κυρίως για τον ρόλο των συνοδευτικών κειμένων βλ. Μπόκος Γεώργιος, «Η διαφημιστική προβολή του βιβλίου κατά την Τουρκοκρατία», στο *Το βιβλίο στις Προβιομηχανικές Κοινωνίες. Πρακτικά του Α' Διεθνούς Συμποσίου του Κέντρου Νεοελληνικών Ερευνών του Εθνικού Ιδρύματος Ερευνών*, Αθήνα 1982, σ. 119-124. P. Veneziani, «Il frontespizio come etichetta del prodotto», *Il libro italiano del Cinquecento : produzione e commercio*, κατάλογος έκθεσης (Roma 20/10 – 16/12 1989), Roma 1989, σ. 99-125.

ζει το όφελος, που επιθυμεί και προσδοκά: ο ηγεμόνας τον έπαινο και την αναγνώριση της δύναμής του, και οι τυπογράφοι - εκδότες την προβολή της έκδοσης. Σε αυτήν την περίπτωση, πρόκειται για μηχανισμούς υπομνησης της δύναμης, που η κάθε πλευρά κατέχει.<sup>24</sup>

Τα μοναδικά αντίτυπα, βέβαια, ανταποκρίνονταν στις αισθητικές ανάγκες και ικανοποιούσαν την καλαισθησία των «επιφανών» αναγνωστών. Το βιβλίο, πέρα από μορφωτικό αγαθό, αποτελούσε για τους συγκεκριμένους αναγνώστες, ένα έργο τέχνης. Άλλωστε, η βιβλιοφιλία ή και η βιβλιομανία, όπως συχνά εκφραζόταν μέσα από τις προσπάθειες εμπλουτισμού των συλλογών, εκκινούσε από τη λατρεία του βιβλίου ως αντικειμένου. Πέρα πάντως από τις εν λόγω συλλεκτικές συμπεριφορές, το ξεχωριστό, ακριβό μοναδικό αντίτυπο, με την αισθητική αρτιότητά του, την πολυτέλεια και την τιμή του, αποσκοπούσε στο να τιμήσει, να ικανοποιήσει και να κολακεύσει τους ισχυρούς παράγοντες της εποχής, εντασσόμενο στην βιβλιοθήκη τους δίπλα σε ανάλογης αισθητικής αντίτυπα, ανεξάρτητα από τα βιβλιοφιλικά ενδιαφέροντα των κατόχων τους. Στην ουσία, επρόκειτο για μια συνηθισμένη τακτική, η οποία δεν αρκεί για να αναδείξει τις αισθητικές αντιλήψεις και τις επιλογές του συλλέκτη.

### 5. Συμπεράσματα: Η επιβίωση των τακτικών

Η τυπογραφία είχε και έχει ως χαρακτηριστικό γνώρισμα τη μαζική παραγωγή, την ομοιομορφία των αντιτύπων και τη διεύρυνση του αναγνωστικού κοινού. Για τον λόγο αυτό, μέλημα των εκδοτών ήταν ανέκαθεν η αρτιότητα του κειμένου και της τυπογραφικής μορφής, η προσιτή τιμή και η ευχρηστία των αντιτύπων, προκειμένου να ανταποκριθούν στις προσδοκίες και τις ανάγκες του αναγνωστικού κοινού. Τα μοναδικά αντίτυπα αποτελούσαν κατ' αρχήν γνώρισμα της μεταβατικής, πειραματικής φάσης του εντύπου βιβλίου κατά τον 15ο αιώνα και τις πρώτες δεκαετίες του 16ου αιώνα, στην οποία συνδυάζονταν το παλαιό και το νέο, οι δυνατότητες του χειρογράφου με αυτές του εντύπου. Βεβαίως, αυτή η «υβριδική» μορφή βιβλίου δεν μπορούσε να επιβιώσει παρά μόνο σε συγκεκριμένες περιπτώσεις.

Σημαντικό, πάντως, είναι ότι οι τακτικές, που προαναφέρθηκαν για τους πρώτους αιώνες της παραγωγής του εντύπου, εξακολουθούν να χρησιμοποιούνται από την εκδοτική βιομηχανία και σήμερα, σε μια μεταβαλλόμενη και γεμάτη προκλήσεις εποχή.<sup>25</sup> Οι εκδόσεις εκτός εμπορίου, τα

24. Μπάνου, ό. π. 2001, σ. 155. Η ίδια, ό. π. 2002-2004, σ. 20. Richardson, ό. π., σ. 49-57.

25. Για τη φυσιογνωμία της σύγχρονης εκδοτικής βιομηχανίας βλ. Thompson John B., *Books in the Digital Age. The Transformation of Academic Publishing in Britain and the United States*,

αριθμημένα αντίτυπα, τα αντίτυπα με καλύτερη βιβλιοδεσία ή διαφορετική εικονογράφηση ή / και υπογεγραμμένα από τους καλλιτέχνες, τα αντίτυπα σε διαφορετικής ποιότητας χαρτί, οι συλλεκτικές εκδόσεις αποτελούν τις επιβιώσεις ή τις σύγχρονες εκφάνσεις του φαινομένου.<sup>26</sup> Επίσης, η έκδοση λευκωμάτων και ειδικών, συχνά επετειακών, κατά κανόνα ακριβών και καλαίσθητων εκδόσεων, που συνήθως δίδονται ως δώρα ή πωλούνται σε περιορισμένο αριθμό και σε υψηλή τιμή στο εμπόριο και μετά από λίγο καιρό σε δημοπρασίες, εκφράζουν την υπόσταση του εντύπου, ακόμη και σήμερα, ως συμβόλου κύρους και γούστου.

Διατηρούνται, συνεπώς, παλαιότερα γνωρίσματα, τα οποία προσαρμοζόμενα ανταποκρίνονται στις σύγχρονες ανάγκες. Κυρίως, οι μέθοδοι αυτές εντάσσονται στις στρατηγικές προώθησης. Με αυτόν τον τρόπο αναδεικνύονται και εκφράζονται, σε ένα περιβάλλον διαφορετικό από εκείνο της Αναγέννησης και του Διαφωτισμού, οι ιδεολογικές και αισθητικές χρήσεις του εντύπου. Η επιβίωση αυτή σχετίζεται με ψυχολογικούς, ιστορικούς και κοινωνικούς λόγους, οι οποίοι αναμφίβολα συνδέονται με τον ρόλο του εντύπου βιβλίου αλλά και τις διαμορφούμενες συμπεριφορές και τακτικές, που υπαγορεύουν πολιτικές και στρατηγικές.

---

Polity Press, Cambridge 2005. Schiffrin Andre, *The Business of Books. How International Conglomerates Took Over Publishing and Changed the Way We Read*, Verso, London – New York 2001. Ο ίδιος, *Εκδόσεις χωρίς εκδότες*, μετ. Κίττυ Ξενάκη, Πόλις, Αθήνα 1999. Epstein Jason, *Book Business. Past, Present and Future*, W. W. Norton & Company, New York – London 2001. Banou Christina, «Money and Taste.. New Roles for the Greek Publishers in a changing Era», *The International Journal of the Book*, Vol. 3, Issue 2 (2005), σ. 39-46.

26. Χαρακτηριστική είναι η αναφορά «complimentary copies for influential people»: Davies Gill, *Book Commissioning and Acquisition*, second edition, Routledge, London & New York 2004, σ. 101.

## ABSTRACT

Christina Banou

*Publishing methods for the printed book as a symbol of power and authority, from Renaissance since the Enlightenment*

The printed book, since its origin, was a symbol of power, good taste and authority for Renaissance noblemen, and generally for the political and religious power. In that framework, this paper examines the publishing and editorial methods that were used from printers – publishers of that period in their attempt to satisfy and acknowledge those special readers – users. It also attempts to explain the reasons for this particular publishing policy. The methods concern the content and the book as printed material and as object of art. Publishing methods, related to all the copies of the tirage, were the prologues, the dedicatory letters or poems, and the introductions. Techniques related to one only, special copy, which was often offered as a present, were the unique binding and hand-illumination. Those expensive, luxury copies express the influence of the manuscript tradition. Some of the used methods concerned part of the tirage, such as title pages with different name of sponsor or different dedication, according to the person for whom the copy or the copies were to be given.

The methods mentioned above demonstrate the ideological and aesthetical usages of the printed book, while at the same time express the relationship between men of letters and editions, on the one hand, and men of political and religious power, on the other. Furthermore, it is of special interest that these particular methods, adapted to modern needs and expectations, are used nowadays by the publishing industry.

